

СИЛАБУС

НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В СФЕРІ ОБСЛУГОВУВАННЯ»

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО НАВЧАЛЬНУ ДИСЦИПЛІНУ

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності	242 Туризм і рекреація
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма «Туризм»
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 3, Загальна кількість годин – 90, із яких: лекцій – 16 год., практичних занять – 14 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	державна
Навчально-науковий інститут кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій, кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	Майборода Олена Вікторівна , доцент кафедри маркетингу, к.е.н. <i>Контакти:</i> ауд. 472 (ПДАУ, навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> olena.mayboroda@pdaa.edu.ua <i>Сторінка викладачки:</i> https://www.pdau.edu.ua/people/mayboroda-olena-viktorivna

МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ

Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Основи туризмознавства», «Статистика туризму», «Туристичне краєзнавство», «Туристичне країнознавство», «Економіка та фінанси закладів сфери обслуговування».
Компетентності	загальні: ЗК4. Здатність до критичного мислення, аналізу і синтезу. ЗК8. Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій. ЗК9. Вміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми. ЗК10. Здатність спілкуватися державною мовою як усно, так і письмово. фахові: ФК2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ФК5. Розуміння сучасних тенденцій і регіональних пріоритетів розвитку туризму в цілому та окремих його форм і видів. ФК10. Здатність здійснювати моніторинг, інтерпретувати, аналізувати та систематизувати туристичну інформацію, уміння презентувати туристичний інформаційний матеріал. ФК14. Здатність працювати у міжнародному середовищі на основі позитивного ставлення до несхожості до інших культур, поваги до різноманітності та мультикультурності, розуміння місцевих і професійних традицій інших країн, розпізнавання міжкультурних проблем у професійній практиці.
Програмні результати навчання	ПР5. Аналізувати рекреаційно-туристичний потенціал території. ПР7. Розробляти, просувати та реалізовувати туристичний продукт. ПР12. Застосовувати навички продуктивного спілкування зі

	споживачами туристичних послуг. ПР13. Встановлювати зв'язки з експертами туристичної та інших галузей. ПР15. Проявляти толерантність до альтернативних принципів та методів виконання професійних завдань.
РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)	
Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: комунікативні (комунікабельність, виховання потреби систематичного оновлення своїх знань для їх практичного застосування, проведення презентації, робота в команді, зворотний зв'язок); когнітивні та інформаційні (логіка, бажання навчатися, критичне мислення, самоорганізація); креативні (генерація нових ідей та інноваційних рішень); безконфліктність (вміння врегульовувати суперечності між членами команди або зацікавленими сторонами в процесі реалізації проєктів).	
МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Формування у студентів спеціальності «Туризм і рекреація» систематизованих теоретичних знань та практичних навичок з планування, організації, проведення та аналізу маркетингових досліджень, необхідних для ефективного управління, розробки та просування конкурентоспроможних туристичних та рекреаційних продуктів.	
ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ	
Тема 1. Система сучасних методів маркетингових досліджень в сфері обслуговування Тема 2. Структура і процес маркетингових досліджень в сфері обслуговування Тема 3. Маркетингова інформація. Методи збирання маркетингової інформації Тема 4. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку послуг Тема 5. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів в сфері обслуговування Тема 6. Дослідження поведінки споживача сфери обслуговування Тема 7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства сфери обслуговування Тема 8. Формування звіту з маркетингових досліджень	
МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ	
1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анутовання, підготовка реферату/доповіді;</i> 2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i> 3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проєктування професійних ситуацій.</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i> 4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творчі завдання, розв'язування тестів.</i>	
ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання	Наведені у Додатку до силабусу

ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перескладання	Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. Терміни виконання та перескладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/xjujyv та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті https://surl.li/fnemwn. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.
- щодо академічної доброчесності	Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації. Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: https://surl.li/dxckbi. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності https://surl.li/xwpemq та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету http://surl.li/cbcoqm.
- щодо відвідування занять	Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.
- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти	Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті згідно відповідного Положення про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету https://surl.li/szdvqi. Здобувачі можуть самостійно на платформах онлайн-освіти, шляхом участі у короткострокових навчальних програмах і проєктах (з видачею сертифіката) опановувати навчальний матеріал, який за змістом дозволяє здобути очікувані навчальні результати дисципліни.
- щодо оскарження результатів оцінювання	Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.

Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до декана факультету. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <https://surl.li/vhoeun>.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

Основні

1. Барабанова В.В. Маркетингові дослідження: навч. посіб. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2020. 136 с.
2. Збарський В. К., Талавира М. П., А. Д. Остапчук. Маркетингові дослідження: навчально-науковий посібник: за редакцією професора В. К. Збарського. Київ: ЦП «КОМПРИНТ», 2023. 559 с.
3. Зюкова І. О. Технології маркетингових досліджень : навч. посіб. Львів : Магнолія 2006, 2024. 386 с.
4. Мальська М. П., Мандюк Н. Л. Основи маркетингу у туризмі : підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 334 с.
5. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Т. М. Квятко та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.
6. Мартинович Н. О., Горник В. Г., Бойченко Е. Б. Маркетингові дослідження : навч. посіб. Київ : Вид-во Людмила, 2021. 323 с.

Допоміжні

1. Кулиняк І., Коваль С. «Сенсорний» портрет уподобань туриста: маркетингові дослідження *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-88>.
2. Маркетинг у галузях і сферах діяльності : навч. посіб. / [І. Г. Черданцева, І. А. Немцева, О. В. Кифяк та ін. ; за ред. І. М. Буднікевич]. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 535 с.
3. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Ж.В., друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
4. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
5. Дичковська Я.А., Решетнікова О., Боровик Т., Майборода О., Терещенко І. Проблеми маркетингової логістики та інфраструктури в Україні в умовах воєнного стану: шляхи їх вирішення в контексті євроінтеграції. *Journal of Innovations and Sustainability*, 2023. Vol. 7, № 4, 01. DOI: <https://doi.org/10.51599/is.2023.07.04.01>.
6. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Майборода О.В. Таргетингова реклама як інструмент реалізації маркетингової комунікаційної політики підприємств. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2022. №3 (79). С. 90-97.

Інформаційні ресурси

1. Empowering people with data. URL: <https://www.statista.com/>
2. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
3. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoeexperts.net/ua/>
4. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-inua/arhive.php>
5. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/>
6. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>
7. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com>
8. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://www.uam>

Реквізити
затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 01 вересня 2025 року № 1

Додаток до силябусу

СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Система сучасних методів маркетингових досліджень в сфері обслуговування	4	2	4			10
Тема 2. Структура і процес маркетингових досліджень в сфері обслуговування	4	2	4			10
Тема 3. Маркетингова інформація. Методи збирання маркетингової інформації	4	2	4			10
Тема 4. Визначення місткості ринку та його сегментів. Дослідження кон'юнктури ринку послуг	4	2	4			10
Тема 5. Дослідження конкурентного середовища і конкурентів в сфері обслуговування	4	2	4			10
Тема 6. Дослідження поведінки споживача сфери обслуговування	4	2	4			10
Тема 7. Маркетингові дослідження внутрішнього середовища підприємства сфери обслуговування	4	2	4			10
Тема 8. Формування звіту з маркетингових досліджень	4	2	4			10
Реферат/презентація				10	10	20
Разом	32	16	32	10	10	100

*додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
3-4	відповіді/розв'язок правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання. Компетентності сформовані на високому рівні; програмні результати навчання досягнуті повністю.
1-2	відповіді/розв'язок недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності. Компетентності формуються, але на базовому рівні, досягнення результатів навчання часткове.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
3-4	правильно розкриті питання самостійної роботи; здобувач вищої освіти демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки. Продemonстровано високий (відмінний або добрий) рівень досягнення програмних результатів.
1-2	здобувач вищої освіти демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні. Продemonстровано задовільний рівень досягнення програмних результатів.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії; здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату. Продemonстровано відмінний або добрий рівень досягнення програмних результатів.
5-8	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату. Продemonстровано задовільний рівень досягнення програмних результатів.
1-4	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту. Продemonстровано незадовільний рівень досягнення програмних результатів.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
9-10	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації. Продemonстровано високий рівень досягнення програмних результатів.
5-8	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. Продemonстровано задовільний рівень досягнення програмних результатів.
1-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації. Продemonстровано незадовільний рівень досягнення програмних результатів.
0	Не розкрито зміст навчального матеріалу, що не дає можливості оцінити формування компетентностей і досягнення програмних результатів.